



ABSTRAK

DEWI AFRANI ULFAH, 2013, " Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Dan Sandal Homyped Pada PT. Matahari Department Store Tbk. Plaza Medan Fair Medan ".

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan iklan terhadap keputusan pembelian produk sepatu dan sandal Homyped di Matahari Departemen Store Plaza Medan Fair Medan. Untuk menganalisis pengaruh tersebut, data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif yaitu regresi linear berganda.

Dari nilai koefisien determinasi (R^2), dijelaskan bahwa 72,4% keragaman nilai keputusan pembelian dapat ditentukan melalui harga dan iklan. Hal ini menunjukkan masih terdapat model lain yang turut mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan oleh nilai t hitung variabel harga sebesar 4,881 dengan signifikansi 0,000. Selanjutnya penggunaan iklan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t hitung sebesar 4,078 dengan signifikansi 0,000. Nilai t hitung tersebut lebih besar dari nilai t tabel pada tingkat alpha 5% yaitu 1,672.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka disarankan agar pertama, lebih gencar melakukan kegiatan iklan agar konsumen lebih tertarik untuk berbelanja dan mengetahui *event* yang sedang berlangsung di toko. *Kedua*, mempertahankan harga yang terjangkau di kalangan masyarakat sehingga penjualan produk Homyped dapat meningkat ditahun-tahun berikutnya sehingga akhirnya akan meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Key Word : Harga, Iklan, Keputusan Pembelian